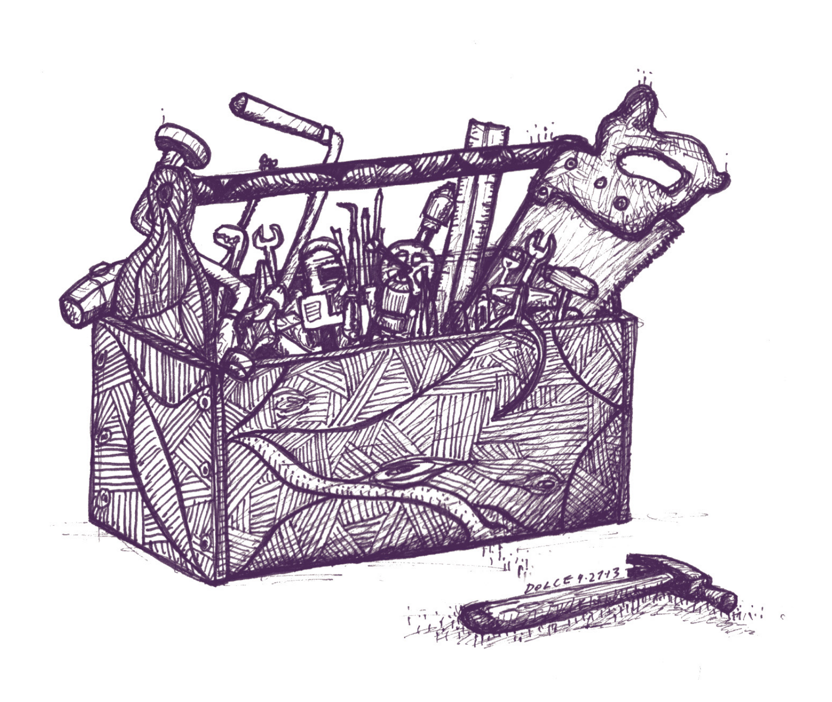
# Debates antiespecistas: cuestiones estratégicas.

## La "estrategia del movimiento social" vs la "estrategia de la conversión"




aportación
colectiva

7 de marzo de 2015

El pasado sábado 7 de marzo un grupo de personas nos juntamos en la ciudad de Madrid con el fin de realizar un debate sobre estrategia dentro del movimiento antiespecista. El debate se planteo a partir de las ideas expuestas en el artículo "Abolición del veganismo" que aparece en el nºIII de la revista *Fiera*. El artículo está disponible en el siguiente enlace:
https://ia601503.us.archive.org/22/items/InfoDebateEstrategias/DebateEstrategias.pdf

No salió del debate una conclusión cerrada, pero hemos tratado de recoger las diversas aportaciones que surgieron en el análisis de los pros y contras de cada estrategia propuesta en el artículo, para tenerlas en cuenta y que nos sean útiles en nuestra lucha.

A continuación presentamos los dos paradigmas, muy distintos, en los que se ha basado este debate, por un lado, el de los "movimientos sociales", el cual trata de elaborar reivindicaciones y presiona hasta lograr de múltiples maneras que una cuestión se convierta en debate público, implicando a sectores cada vez más amplios de la sociedad, y así llegar al cambio deseado; y por otro lado, lo que en el artículo presentan como la "estrategia de la conversión", que consistiría en buscar cambios individuales con la finalidad de llegar a ser algún día gente suficiente como para que esa opción tenga peso en la sociedad.
Así estas dos estrategias nos han servido para poner sobre la mesa aquella cuestión que plantea hacer un análisis del enfoque que queremos dar a nuestra actividad o qué aspectos sería interesante potenciar dentro de la divulgación del antiespecismo.

*Los puntos que aparecen entre interrogaciones fueron cuestionados por diversas participantes del debate en el momento, argumentando por qué no se considera un pro o contra, respectivamente. Intentamos recoger dicha discusión lo más cercana a cómo se desarrolló posible.

**Estrategia de la "conversión"**

PROS:

- "Adaptación" individual: Tratar de convencer a alguien para que se haga vegana es más fácil si se hace de una en una, pues permite que el mensaje se adapte a la receptora, sus particularidades y su carácter específico.

- Favorece pasar de veganismo a liberación animal: Empezar con un discurso más personalizado centrado en un cambio de hábitos para dejar de perjudicar a los demás animales y empezar a respetarlos puede implicar, según se profundiza en esta postura, una mayor toma de contacto con la liberación animal y facilitar el paso a un involucramiento activo en esta lucha.

- ¿Oferta y demanda (disminuye el consumo)?: Por un lado se propone que las personas veganas estamos generando un cambio real a partir de nuestra no demanda de productos que provienen de la explotación animal, disminuyendo por tanto esta explotación. Siguiendo este planteamiento, "convertir" en vegana a alguien repercutiría de manera directa en la reducción de la explotación animal. Esta visión se cuestiona, pues el mercado es amplísimo y se están obviando algunas variables como el aumento de demanda por aumento de la población o campañas para fomentar el consumo de productos de origen animal, etc. que volverían el boicot que supone el veganismo inefectivo.

- Mayor formación y mejores argumentos (por coherencia y exposición): Al estar el veganismo relacionado con la propia vida diaria y los hábitos, las que lo promovamos tenemos que estar formadas adecuadamente para saber rebatir y argumentar contra el especismo y la explotación animal. La exigencia de coherencia a nuestro alrededor, así como la exposición que supone sostener un discurso a través de las acciones, nos obliga a formarnos y mejorar nuestros argumentos.

- Se integra más en la vida y las creencias

- Imitación (famosxs): Al considerarse un hábito individual o incluso un estilo de vida, se favorece que se produzca una imitación y difusión del mismo a partir de verlo en gente de tu entorno, gente que te sirva de ejemplo o inspiración, o incluso en personalidades famosas o reconocidas socialmente que se denominan a sí mismas "veganas".

- Da fuerza al individuo (motiva y fomenta compromiso): Al sentir que como individuos tenemos la capacidad de generar cambios concretos (reducir la explotación animal a partir de nuestro rechazo al uso de animales), esto genera una gran motivación (basada en la capacidad individual de transformar la realidad) que a su vez fomenta el compromiso con la lucha por la liberación animal

- Concretiza la lucha (en una misma): Permite a quienes luchamos por la liberación animal manifestar y efectuar esa lucha cotidianamente en nuestras vidas y actos.

- Se adapta fácilmente a receptores diversos: Al entenderse según esta estrategia y de forma individual, no implica necesariamente tener una formación o trayectoria política previa, el veganismo puede ser adoptado por personas con perfiles socioculturales, económicos e ideológicos muy diversos.

CONTRAS:

- ¿Coherencia?: Al centrarse en la figura individual, conlleva una necesidad muy grande de coherencia entre discurso/ideas y acciones. Se cuestiona que sea un contra.

- No es realista (en la percepción de la explotación animal): Nos lleva a pensar que la oferta y la demanda son las variables que explican el aumento o disminución de la explotación animal, dejando de lado una explicación más compleja del funcionamiento del sistema en general y de las industrias de explotación animal en particular.

- Es inabarcable e irrealizable: convertir en vegana, una a una, a las personas que nos rodean es imposible de llevar a cabo y necesitaría de mucho más tiempo que si se pudiera concienciar a un colectivo más amplio.

- Sólo se centra en una explotación ("todo vale"): el veganismo se basa en la no utilización de animales no humanos como recursos, pero a menudo la forma de entender el veganismo no se vincula a otras opresiones y explotaciones, alegando que el veganismo es una respuesta, únicamente, a la explotación de animales no humanos.

- Obvia la legalidad (decisión individual): Al centrarse en que el cambio se produce de forma individual al posicionarse contra la explotación y actuar en consecuencia, pasa por alto el poder de todo un aparato jurídico y legal que asesina y explota animales no humanos, otorgando a estos hechos legitimidad a nivel social.

- Estigma de secta (“estilo de vida”): Crea una separación tajante entre “veganas” y “no veganas”, incluyendo a las primeras en un grupo cerrado que se asocia por quienes no pertenecen a él como a grupos religiosos o sectas.

- Se agota en el veganismo: se “pide” a las personas que cambien sus hábitos para dejar de participar de la explotación animal, pero no se les trasmite la idea de una opresión contra la que hay que luchar, siendo el veganismo la condición indispensable para asumir esa lucha. Por eso, se entiende el veganismo como fin y no como medio de una lucha más amplia.

- Se entiende como estilo de vida y deja en segundo plano la explotación animal.

- Tiene menos potencial de generar debate sobre la opresión.

- Depende mucho de la capacidad de quien conciencia: depende de la forma en que la persona que “convierte” tenga de comunicarse, de llegar a la otra, de trasmitir las ideas, de generar empatía, de trasmitir las herramientas para dar el paso al veganismo…

- Cae en la escisión: separa metas, ideas y personas.

- Hay gente que nunca va a querer cambiar: en estos casos se necesitaría de una estrategia colectiva o que no pase simplemente por la “decisión del individuo”.

- Desgasta más.

**Estrategia del movimiento social**

PROS:

- Visibilidad: pone sobre la mesa la problemática de la explotación animal

- Debate social: plantea un debate en la sociedad acerca de la cuestión de la explotación animal, rompiendo con la idea de proceso individual de cambio hacia el veganismo.

- Romper la unanimidad: invita al cuestionamiento y posicionamiento de

lo que hasta el momento había sido unánime.

- Inclusividad: Incluye a amplios segmentos de la población a los que se aproxima de maneras diversas.

- Menos "soledad" (ver Contra "dificultad para ver metas y tener esperanza de cambio): se realiza de forma colectiva y se dirige a gruesos de la población entendidos como colectivos o comunidad, deja de entenderse como algo de "tú a tú" típico de la estrategia de conversión.

- Politización de la explotación animal (frente a concepción de "estilo de vida): al generarse un debate social y un llamado al posicionamiento, pasa a entenderse apoyar la explotación animal o rechazarla como una acción política, y no como un acto individual de modificación del estilo de vida. Pone de manifiesto la cuestión de la opresión y la importancia de posicionarse al respecto. Rompe con la idea de veganismo como opción personal (que lleva implícita la poca claridad a cómo afecta a los demás animales)

- Vinculación con otros movimientos sociales (surge el Contra: se puede diluir el mensaje antiespecista): Al ir más allá en la forma en que se entiende el problema del especismo y la explotación animal, es fácil generar vínculos con otras formas de opresión contra las que luchan otros movimientos sociales y generar redes de lucha conjunta entre ambos, entendiendo que la lucha no está fragmentada y se puede entender como un total en el que se producen intersecciones.

- Ayuda a entender la explotación de forma estructural (no sólo a partir de la oferta y demanda/ consumo): como se comentó anteriormente, una visión más global del problema (teniendo en cuenta factores como el contexto local, el sistema capitalista global, las desigualdades de género, raza o clase, entre otras) da una visión más amplia y realista de la explotación animal, yendo más allá de la explicación simplista de oferta y demanda.

- Ataque a un sector concreto (junto al Contra: mayor posibilidad de apropiación del discurso): Se puede concentrar en hacer presión o boicot a un sector concreto involucrado en la explotación animal, y por tanto, promover un posicionamiento social al respecto.

- Aporta una perspectiva de lucha (represión, medios de comunicación…)

(con Contra: causa mayor desgaste): Al consolidarse como movimiento social se adoptan unas premisas básicas que existen en la trayectoria de cualquier movimiento social, como la seguridad y posible preparación ante la represión y/o cierta cautela con respecto a los medios de comunicación hegemónicos que pueden ser estratégicamente perjudiciales a la hora de difundir el mensaje antiespecista.

- Mayor legitimidad (por cercanía a movimientos sociales): Se empieza a entender como una lucha colectiva más, con recorrido concreto, metas y estrategias específicas. Se podría decir que gana respeto por parte de quienes ya están presentes en otras luchas por la justicia social o contra la opresión.

CONTRAS

- Alejado de la "gente en general": Una parte de la población no está en contacto con los movimientos sociales, por tanto, esta no sería una estrategia realmente positiva para llegar a ellas.

- Forma del mensaje: Es muy dificil encontrar una manera de formular los mensaje y unas estrategias que sirvan por igual a todas las personas de la sociedad

- Mayor agresividad y rechazo: Un discurso que pone sobre la mesa la opresión e incita a un posicionamiento acerca de una problemática social (la explotación animal), genera rechazo en quien se siente señalada y hace más difícil el cambio.

- Dificultad para ver metas y tener esperanza de cambio (con PRO "menos soledad"): Mientras que con la estrategia de conversión, conocer a alguien que da el paso al veganismo puede tomarse como una victoria medible, es más difícil medir el éxito desde la estrategia de movimientos sociales. La dificultad para evaluar los efectos en la sociedad puede implicar desmotivación.

- ¿Exige coherencia (por exposición social)?: Las personas que luchen por la causa antiespecista serán señaladas socialmente y eso implica tener mayor coherencia entre discurso y acción. Se cuestiona esto como contra.

- ¿Mayor discrepancia interna?: El mensaje podría volverse difuso si existe

mucha heterogeneidad dentro del movimiento.

- Cuál es el interlocutor condiciona todo: Se pierde de vista un perfil al que dirigirse, y por tanto se ve como freno la dificultad para que un mismo discurso cale en diversos grupos sociales, algo que sí puede estar garantizado si la interacción y trasmisión del mensaje es individual.

- Se puede diluir el mensaje antiespecista (con PRO unión otros mov. Sociales): Al ampliar la mirada y las causas de la opresión a agentes más globales se puede perder la esencia del mensaje antiespecista: que los animales merecen respeto y quieren la libertad, que discriminarles por no pertenecer a nuestra especie no es justo. Se podría entender el veganismo y el antiespecismo más por razones de salud, ambientalismo o reparto equitativo de los recursos, de manera que el estatus de los animales no humanos seguiría siendo el mismo: el de propiedades y recursos.

- Debate con poderes e instituciones (posicionamiento del movimiento): El movimiento tendría mayor repercusión y por tanto su mensaje estaría frecuentemente en debate con las instituciones y otros poderes.

- Mayor posibilidad de reapropiación del discurso (bienestarismo) (con Pro ataque a un sector concreto): Si el discurso empezara a tener eco en la sociedad, éste sería fácilmente apropiable por parte de organizaciones más mediáticas y con un discurso bienestarista, tergiversándose el mensaje antiespecista.

- ¿Mayor represión?: Consolidarse como movimiento social y adoptar este tipo de estrategia podría convertirnos en un foco visible a reprimir. Se cuestiona que esto sea así, puesto que la represión ya existe y lo único que puede variar es la preparación que tengamos para hacerle frente.

- Causa mayor desgaste (con Pro aporta una perspectiva de lucha): Todo movimiento social exige mucho esfuerzo y conlleva mucho desgaste: frustración, sensación de poca efectividad, represión...

Para cualquier cosa:
lamismalibertad@gmail.com